

Tesis de grado requerida como cumplimiento parcial para la obtención de la
licenciatura en relaciones públicas

Comunicación interna en organizaciones empresariales familiares

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y la Comunicación Social



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR
Maite Nucete Gentili
2017

Tutor: Lautaro Bustos Suárez

Director de la carrera: Manuel Montaner

Copyright© 2017 por Maite Nucete Gentili. Todos los derechos reservados.

Comunicación interna en organizaciones empresariales familiares

Caso de estudio:

Agro Aceitunera S.A.



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



Agradecimientos

En primer lugar, gracias al Micheteam porque en conjunto logramos llegar a donde estamos hoy, y sin ellas no hubiera podido lograrlo, es lo más lindo que me llevo de estos años de carrera y para toda la vida.

Gracias a mis padres que me inculcaron los valores que hoy me caracterizan como persona y me dieron la posibilidad de hoy estar terminando mi primera carrera universitaria.

Gracias a mi novio que me dio su apoyo en cada momento de la carrera, motivándome a seguir adelante siempre.

Gracias a Yamila que me ayudo a poner en marcha este proyecto y a Lautaro quien fue mi tutor durante todo el camino.

Gracias a Manuel Montaner y a la Universidad del Salvador que dieron la posibilidad de conocer a los increíbles profesores que me instruyeron durante la carrera, tanto en lo académico como en lo personal.

Gracias a mis hermanos, mis abuelos, mis tías, primos y amigos que acompañaron con sus buenas vibras a lo largo de la carrera.

Resumen

La comunicación puede llegar a ser uno de los pilares más importantes para el funcionamiento óptimo de una organización y el bienestar de sus agentes. Esta investigación aborda aquellos temas que hacen al clima organizacional y a una efectiva comunicación interna, partiendo de la pregunta de investigación: ¿No comunicar es sinónimo de malestar corporativo? Con el caso de estudio Agro Aceitunera S.A. se analizará la perspectiva de los integrantes de la misma y sus percepciones para averiguar cuáles son los tópicos que están estrechamente relacionados con la mala comunicación. Esto se hará mediante una metodología descriptiva a través de observación directa y la realización de una encuesta analizando las variables: cultura, clima laboral y comunicación interna. La muestra analizada son los empleados administrativos de las oficinas centrales de la empresa contactados de manera directa y el propósito de la investigación es analizar cuáles son los desencadenantes del malestar que pueden ser maleables para luego mejorar el clima interno. En una segunda etapa se analizará la estrategia de comunicación implementada a la hora de la venta de la compañía. Los resultados obtenidos en ambas etapas serán facilitados a la empresa para que puedan realizar cambios pertinentes.

Abstract

Communication can be one of the most important pillars for an optimal functioning of an organization and the well-being of its agents. This research is about those issues that concern the organizational climate and effective internal communication, starting from the research question: Is not communicating a synonym of corporate malaise? With the specific analysis of the case study Agro Aceitunera S.A. the investigation will analyze the perspective of its members and their perceptions to find out which are the topics that are closely related to the bad communication. This will be done through a descriptive methodology through direct observation and a survey analyzing the variables: culture, work climate and internal communication. The analyzed sample are the administrative employees of the central offices of the company contacted directly and the main purpose of the investigation is to analyze what are the triggers of malaise that can be malleable and then with the results try to improve the internal climate. In a second stage it will be analyzed the communication strategy implemented at the time of the sale of the company. The results obtained in both stages will be facilitated to the company so that they can make pertinent changes.

Tabla de contenido

Introducción	5
Antecedentes	8
Sobre comunicación interna y como utilizarla como estrategia...	8
Antecedente I: Clima organizacional y su diagnóstico: Una aproximación conceptual	9
Antecedente II: Comunicación formal e informal en las organizaciones	12
Antecedente IV: Comunicación y clima organizacional en las empresas	15
Antecedente V: Cuando se instala el mal humor	17
Antecedente VI: Empleados felices: ¿utopía o realidad?	19
Antecedente VIII: Tesina de grado: La comunicación interna en las empresas de E-commerce: Como MercadoLibre enfrenta esta nueva forma de comunicar.	23
Marco teórico	26
Comunicación	26
Cultura	28
Públicos	29
Comunicación interna	31
Identidad	33
Organización	34
Clima organizacional	35
Caso de Estudio	37
Análisis	48
Diagnóstico Primera Parte	50
Diagnóstico Segunda Parte	67
Conclusión	71
Bibliografía	74



Introducción

Partiendo de la premisa de que una buena comunicación interna es esencial para el correcto desarrollo de una organización, se analizará cómo, en contrapartida, una mala comunicación interna lleva a un mal clima organizacional y por lo tanto a un bajo desarrollo laboral y baja producción – tomando como referencia el axioma de Watzlawick sobre que es imposible no comunicar.

El presente trabajo pretende abordar todos aquellos temas que hacen al clima organizacional y a una efectiva comunicación interna, partiendo de la pregunta de investigación: ¿No comunicar es sinónimo de malestar corporativo?

En esta investigación se analizará la perspectiva de los integrantes de la organización y a través de sus percepciones averiguar cuáles son los tópicos que están estrechamente relacionados con la mala comunicación. De esto surgen preguntas como ¿Qué perciben los empleados en relación a la comunicación? ¿La cultura organizacional se corresponde con la estrategia de comunicación? ¿Existe una estrategia de comunicación? ¿Es necesario un responsable de comunicación? ¿El clima organizacional afecta al desarrollo de cada individuo como parte de la compañía?

Así mismo, este propone el abordaje de la comunicación interna en organizaciones familiares, específicamente tomando el caso de estudio de Agro Aceitunera S.A., analizando la cultura, el clima laboral y la comunicación interna, tanto entre colaboradores como entre jefes y subordinados. Podría considerarse una investigación exhaustiva ya que es exploratoria por ser la primera en realizar un análisis sobre la organización y su comunicación; es descriptiva por intentar

llegar a conocer todos sus componentes, definiendo su realidad; es correlacional porque busca relacionar las variables dependientes con las independientes; y por último es explicativa porque no solo intenta describir el problema, sino que también busca las causas del mismo.

La etimología de la palabra método que deriva del griego *meta* significando hacia o a lo largo y *odos* que significa camino, se entiende como camino para lograr un fin. La metodología para realizar la presente investigación será a priori característico de una investigación descriptiva, por tratarse de una observación de la realidad y según criterios sistemáticos poner en manifiesto cuál es la estructura de la organización o su comportamiento. Por otro lado, en el eje principal, se alinea al tipo de investigación explicativa, por la intención de determinar los orígenes o causas de los distintos fenómenos dentro de la organización, y analizar cuáles son las relaciones causales.

El método empírico a utilizar por excelencia es el de observación científica, gracias al cual será posible el análisis a través de la percepción directa de los distintos agentes que forman parte del universo a analizar. En este caso, se utilizará durante toda la investigación, a fin de aportar al diagnóstico del problema a investigar y al diseño de investigación en una primera etapa; luego en conjunto con el cuestionario para comparar los resultados y ver su grado de relacionamiento para llegar a información más precisa.

Por otro lado, es de suma importancia destacar la utilización del método lógico deductivo por las funciones de deducción, análisis y posterior síntesis, y del empírico aproximándose al conocimiento del objeto mediante experiencia, observación y experimentación. El primero consiste en crear leyes a partir de observaciones lógicas y para descubrir consecuencias desconocidas a partir de

hechos conocidos, o bien la generación de hipótesis a través de la inducción y su posterior demostración.

La observación denota una cierta tendencia o característica del objeto de estudio con datos cualitativos y comparativos que no es suficiente para la investigación formal, y es necesaria la atribución de valores numéricos a estos datos. Los conceptos cualitativos se comparan con los cuantitativos a través de proposiciones teóricas. Es necesario predecir con mayor exactitud qué curso tomarán los procesos sociales para poder mejorar la realidad a través del análisis de tendencias y regularidades.

El trabajo de investigación fue realizado durante cuatro años durante los cuales se realizarán observaciones sistemáticas de la realidad organizacional junto con una encuesta mixta - preguntas cerradas y abiertas - para lograr un análisis lo más certero posible.

No es común que en organizaciones con estructura del tipo centralizada y familiar se le dé importancia a la comunicación como clave para el desarrollo institucional y comercial, menos aún a la evaluación de la misma en el ámbito interno de la compañía. Es notable la presencia de abundante experiencia, pero ausencia casi total de teoría o profesionalización en los altos mandos. La presente tesis tiene como objetivo el análisis de la comunicación interna en Agro Aceitunera S.A., una organización empresarial familiar, y cuán verdadera es la afirmación de que la supuesta baja calidad en los canales de comunicación resulta en un mal ambiente de trabajo, y a su vez resulta en un mal desempeño general. Para la presente se realizarán observaciones directas sistemáticas y encuestas de clima laboral.